Nº 143

mercadoindustrial.es

punto de encuentro de la industria

¿DESESCALADA? COVID-19

www.mercadoindustrial.es info@mercadoindustrial.es

Revista de información multisectorial para la industria, maquinaria, logística, tecnología y servicios

Logista

Mucho más que transporte

blog.nacex.es

@nacex_
@NACEXclientes

youtube.com/NACEXservicioexpres

linkedin.com/company/nacex

900 100 000 · www.nacex.es

MENSAJERÍA URGENTE DE PAQUETERÍA Y DOCUMENTACIÓN

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

La desescalada despierta la imaginación

Seguimos con la alerta sanitaria decretada por el Gobierno de España y apoyada por el Congreso y respaldada por las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos. Otros países denominan al confinamiento social y al parón económico con otras palabras o tecnicismos, pero en esencia, es lo mismo: un virus desconocido amenaza con acabar con gran parte de la humanidad y la solución pasa por elegir el mal menor.

Así, los gobiernos tienen que elegir entre soportar una crisis económica por paro técnico o llorar una mortandad en cifras millonarias salvando economías locales. La elección, recomendada por la OMS, es la primera, pero algunos países creen que la segunda opción es más adecuada para salir de esta crisis sanitaria. Esta opción suena terrible e inmoral, pero hay quien cree en ella. El debate está ahí y el tema es una bomba con la espoleta defectuosa.

Casi todos los países desarrollados que han apostado por el turismo y los servicios, centrifugando sectores productivos primarios y secundarios, sufren ahora carencias que deben hacer reflexionar qué futuro queremos tener. Y es aquí donde nace la oportunidad. Es el momento de la sostenibilidad y de la concienciación medioambiental. Se trata de valores que ahora se convierten en necesidad y, por tanto, en propuestas de negocio y motor económico. La ecología y la exigencia de bienes y servicios basados en propuestas sostenibles tendrán un gran futuro y crearán empleo y desarrollo económico. La realidad, ya ven, obliga a cambiar los sueños y ambiciones

Lino Hernández
Periodista (UAB) y editor

índice

Entrevistas
Juan Viejo Blanjard
Cluster FOOD+I 4
Raúl Rodriguez
Fegicat 6
Panorama y Novedades 9
Artículos
Codificación y Marcaje sostenibles
Domino 14
Consultoria a distancia
Logsolutions 16

Foto portada: Pixabay/jarmoluk

Esta publicación es posible gracias a:
SIMODEC
GLOBAL INDUSTRIE Fédère les salons
MIDEST
SMART INDUSTRIES
INDUSTRIE
TOLEXPO
SILBARCELONA
NACEX
LogSolutions Consultoria logística

D.L. Internet B-20885-2006
ISSN 2339-6148

"Las empresas alimentarias han evidenciado de nuevo que es un sector de futuro donde invertir"

Entrevista a Juan Viejo Blanjard, director gerente de Cluster FOOD+i

¿Cómo describe la situación actual del sector alimentario en España?

La Industria Española de Alimentos y Bebidas es el primer sector industrial del país y un agente estratégico económico y social que emplea a más de medio millón de trabajadores a través de más 30.000 empresas, en su mayoría pymes.

Durante esta crisis, se ha puesto de manifiesto la importancia de un sector capaz de adaptarse de una manera inmediata y eficaz a las nuevas demandas y medidas de seguridad impuestas por la alarma sanitaria.

La industria alimentaria ha afrontado esta crisis de manera dispar con una importante reducción de las ventas en el canal restauración y un importante incremento en el sector gran consumo con especial impacto en los productos básicos de la cesta de la compra.

Las empresas alimentarias han evidenciado de nuevo que es un sector de futuro donde invertir, de poco riesgo, preparado para adaptarse a las nuevas demandas de consumo y que se centra en la producción de bienes de primera necesidad

¿Qué medidas organizativas llevan a cabo las empresas del cluster para asegurar el suministro?

Las empresas del cluster han tenido que hacer frente a una situación sin precedentes que ha dificultado en gran medida hacer pronósticos, ni siquiera a corto plazo. Para superar esta situación ha sido necesaria la creación de comités de gestión en las empresas que en un modelo a distancia cercana debido a la priorización del teletrabajo tomara las decisiones día a día.

Las empresas se han adaptado a trabajar en medio de estrictas medidas de seguridad, con el objetivo de evitar los contagios, con ritmo de trabajo intenso, con la dificultad añadida de ir resolviendo los problemas imprevistos. Esto ha requerido de acciones ágiles para cambiar los programas de producción, los programas de aprovisionamiento de materias auxiliares (envases, embalajes, cartonaje) de materias primas, refuerzo de determinadas áreas de trabajo y una exquisita gestión logística de mercancías.

"El compromiso, entrega y capacidad de adaptación del personal a todos los niveles (desde la producción hasta la gestión) ha sido clave"

En todos estos procesos el compromiso, entrega y capacidad de adaptación del personal a todos los niveles (desde la producción hasta la gestión) ha sido clave.

¿Cómo se ha abordado el reparto de turnos para garantizar la seguridad y salud de los empleados de centros de producción?

Las empresas del cluster han implantado estrictos protocolos de seguridad y salud con el fin de proteger la salud de sus trabajadores. Estos son: Incremento de las precauciones de higiene personal; equipos de protección; gestión de entrada y salida de empleados de los puestos de trabajo con controles de acceso y escalonado de horarios para evitar aglomeraciones; control y accesos diferenciados para proveedores externos; limpieza y desinfección exhaustivas de las empresas; nuevas normas para la gestión de espacios comunes; rediseño de áreas de trabajo y distancias entre trabajadores; reorganización productiva para la implantación de nuevos turnos de trabajo para reducir el número de personas en contacto; supresión de reuniones, eventos internos, viajes y priorización de teletrabajo en todos los niveles, a excepción de los productivos donde no ha sido posible; gestión y seguimiento de personal asintomático y de baja y, finalmente, formación preventiva

¿En qué segmentos se ha notado un aumento de consumo?

El confinamiento ha engordado de forma súbita el gasto en alimentación que realizan los hogares. Según los datos de la consultora Kantar, especializad en análisis de consumo, el ticket medio de compra ha aumentado en torno a un 42% con respecto al gasto precrisis en algunas comunidades del país.

En la primera semana de confinamiento, muchas de las familias se lanzaron a por productos considerados de primera necesidad, pero en las últimas fechas ha aumentado la compra de productos como snacks, frutos secos (+15%), tabletas de chocolate (+33%) y la cerveza (+58%).

Otros artículos que han experimentado gran incremento en las ventas son los asociados al desarrollo de nuevos hábitos adquiridos por el consumidor en la etapa de confinamiento. Un ejemplo ha sido el incremento del consumo de harina que según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en algunas semanas se ha disparado un 196% En el reverso de la moneda, la prácticamente paralización de las ventas en el sector Horeca, con un horizonte de recuperación todavía incierto que dependerá en buena medida de los plazos de salida de la actual crisis.

La industria alimentaria ha afrontado la crisis COVID-19 de manera dispar

Recientemente, Clusted FOOD+i ha anunciado su integración a EIT Food ¿Qué supone esto para las empresas agroalimentarias del Valle del Ebro?

El EIT Food es la red de innovación alimentaria más fuerte de Europa a día de hoy, cuenta con más de 60 entidades de primer nivel en el sector entre los que destacan empresas de primer nivel como pueden ser Danone, Nestlé, PepsiCo, Angulas Aguinaga, Grupo AN entre otros, universidades de reconocido prestigio, centros de investigación referentes a nivel europeo y las startups más innovadoras del sector.

Esta red se constituye como el ecosistema de innovación más importante del sector agroalimentario, y está ligado a unos objetivos ambiciosos que pretenden situar a Europa dentro de la revolución mundial en innovación alimentaria.

La participación de Cluster FOOD+i en EIT Food supone para las empresas el acceso prioritario a una red formada por entidades de primer nivel que facilitará la colaboración en red como estrategia para generar innovación y, por tanto, mejorar la competitividad empresarial.

www.clusterfoodmasi.es
www.eitfood.eu

"El sector de Instaladores necesita una inyección de liquidez enorme"

FEGICAT
junts avancem

Entrevista a Raúl Rodríguez, director general de Fegicat

¿De qué manera está afectando la crisis sanitaria al sector del Instaladores?

Está teniendo un impacto enorme. Cerca del 80% de las empresas instaladoras de Cataluña se declaran en estado de quiebra. La mayor parte de las empresas que tienen trabajadores en plantilla se han acogido a ERTES convencionales o ERTES por fuerza mayor y las ayudas son completamente insuficientes tanto para empresas como para autónomos. Estamos ante una situación muy complicada.

v**Desde el ámbito administrativo del gremio, ¿qué soluciones han aportado a sus asociados?**

Hemos estado a su lado desde el primer momento. Hemos informado puntualmente de todos los cambios normativos. Ha habido muchísima confusión y algunos agentes del sector han aprovechado para lanzar mensajes precipitados y poco rigurosos, bajo nuestro punto de vista, ligados a determinados intereses. Nosotros hemos procurado hacer una lectura en profundidad de cada uno de los decretos publicados, contrarrestarlos con la administración catalana y la española. Una vez analizados y verificados los criterios, los enviamos. En época de crisis, la información debe ser ágil, pero rigurosa. Hay mucha desinformación.

Por otro lado, hemos provisto a las empresas y autónomos asociados con 50.000 mascarillas FFP2 y 4.000 litros de gel desinfectante, en un momento especialmente crítico en el que nadie podía obtener EPIs para poder trabajar. Hemos tenido un alto riesgo en la operación, pero conseguimos nuestro objetivo y los

"Hemos provisto a las empresas y autónomos asociados con 50.000 mascarillas FFP2 y 4.000 litros de gel desinfectante"

instaladores lo han valorado muchísimo. Las asociaciones catalanas que forman parte de FEGiCAT estaban ahí para ayudarlos. Sentíamos que teníamos ese deber a pesar de los riesgos.

¿Qué otras soluciones podrían ayudar a atajar las dificultades que sufre el sector?¿A quién correspondería llevarlas a cabo?

Las medidas deben ser implementadas con rapidez por el Gobierno de España y también por el de las CCAA en todo aquello que sea de su competencia. El sector (este y otros) necesita una inyección de liquidez enorme. No se puede pretender que los autónomos y las empresas sean las que aguanten la presión de esta crisis. El efecto amortiguador de las tesorerías de las pymes y micropymes está finalizando o ya se han agotado.

¿Cómo ven el futuro inmediato y de qué manera va a cambiar el sector?

Es imposible hacer ahora mismo afirmaciones sobre cómo va a quedar el sector después de esta crisis. Todo dependerá de la inyección económica que haya sido capaz de realizar el Gobierno de España y en las medidas sobre las que ya se deberían estar trabajando para aplicarlas en el momento en que finalice el estado de alarma.

Por otro lado, el endeudamiento y la tesorería de las empresas y autónomos tienen un límite. El tiempo que dure el confinamiento también marcará el número de empresas que tendrán que cerrar. Son decisiones difíciles desde el punto de vista estratégico y humano…

Está claro que la no saturación de los servicios sanitarios debe ser una prioridad. Ahora, hay que buscar ese equilibrio, porque este problema va para largo. Hasta que no haya una solución definitiva a través de una vacuna o algo similar no se reactivará la economía del mismo modo en la que estaba y eso puede acarrear también problemas enormes.

"Es imposible hacer ahora mismo afirmaciones sobre cómo va a quedar el sector después de esta crisis"

¿En cuanto a su gran cita en Barcelona, cómo afecta esta crisis al evento?

EFINTEC continúa hacia adelante. Mantenemos la fecha. Muchas otras ferias importantes de otros sectores las están aplazando al mes de Octubre.

¿Desde el sector han realizado donaciones, gestiones coordinadas de ayuda o colaboraciones con administraciones, hospitales o centros geriátricos?

Se han realizado infinidad de acciones altruistas por los instaladores. Desde trabajar en la construcción de hospitales de campaña (Sabadell, Vic, etc.), hasta el realizar algunas donaciones a hospitales.

Las asociaciones han trabajado contra reloj. No ha habido fines de semana o días de descanso durante estos días. Todo el personal se ha involucrado al 200% y sin necesidad de pedirlo. Todos han sido conscientes de su deber como agente social. Incluso muchos han puesto en riesgo su salud en el momento de hacer entrega del material necesario para que los instaladores pudieran atender urgencias con total protección.

www.fegicat.com

Outplacement durante alarma por COVID-19

Para conocer cuáles han sido los efectos del COVID-19 sobre Outplacement (recolocación de empleados) LHH España ha elaborado un estudio comparativo sobre el comportamiento de la recolocación de los profesionales que participan en sus programas en el periodo comprendido entre el 9 marzo y el 5 de abril de 2019 y el mismo periodo de 2020. Las principales conclusiones son:

Cataluña ha absorbido en este periodo el 51% de las recolocaciones. Destaca el aumento de la cifra de recolocados en la Comunidad de Madrid que, con un 15% de los recolocados, ha crecido 6 puntos porcentuales con respecto al mismo periodo de 2019.

También es relevante que los tres sectores protagonistas durante el periodo marcado por el COVID-19 son el de la fabricación industrial de instrumentos y materiales destinados a la sanidad, el sector servicios y el de farmacia y biotecnología. Entre los tres absorvieron el 37% de las recolocaciones.

En la misma línea de importancia, observaron que el 19% de los participantes en planes de 'outplacement' procedía del sector farmacéutico. Además, entre el 9 de marzo y el 5 de abril de 2020, los operarios de producción, con un 15% de trabajadores recolocados, ha sido el puesto que más empleos ha conseguido (+9 p.p. con respecto a este tramo de 2019). Producción ha sido el área en el que se han recolocado un 53% de los candidatos. Los perfiles técnicos han sido los que mayor éxito de recolocación han tenido, con un 53%.

Además, aunque el networking sigue siendo el medio de acceso principal al mercado laboral, durante la pandemia un 30% ha encontrado trabajo gracias a Internet.

Finalmente, informan que LHH España también ha elaborado un análisis sobre el mercado laboral en tiempos de COVID-19. De él se concluye que Barcelona y Madrid generan el 73% de las ofertas de empleo.

En palabras de Marcos Huergo, director de LHH España: *"Tras el decreto del estado de alarma, hemos constatado una caída de más del 70% en el número de ofertas registradas. No obstante, las empresas siguen contratando. Destacan tanto el sector de IT y telecomunicaciones, como el sanitario. En este escenario, los programas de recolocación adquieren más relevancia que nunca, pues son una herramienta eficaz en el proceso de búsqueda de un nuevo empleo".*

Por otro lado, LHH España ha elaborado su XIV Informe sobre Outplacement. De él se concluye que, durante el pasado 2019, el 86% de los candidatos que participan en un programa de recolocación u 'outplacement' consigue trabajo en menos de seis meses, incluso el 38% en menos de tres meses. La totalidad de candidatos lo consigue en un plazo inferior a un año. La recolocación es un concepto fundamental para una compañía ya que potencia su Responsabilidad Social Corporativa y cuida del talento durante todo el ciclo de vida profesional de un trabajador. Con este objetivo, muchas compañías cuentan con programas de recolocación -o de outplacement- para gestionar la desvinculación de los empleados ayudándoles de forma efectiva a dar el salto hacia una nueva etapa profesional, a mejorar su empleabilidad y a recolocarse en el mercado laboral lo antes posible.

En los últimos años se ha extendido la cultura del outplacement en España. Esto se debe en parte a la actual legislación, que obliga a las empresas que vayan a efectuar un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) en una plantilla de más de 50 trabajadores a contratar programas de recolocación externa.

En resumen, se trata de una práctica muy acertada ya que según los procesos llevados a cabo por LHH, la compañía global especializada en procesos de Transformación, Desarrollo del Talento y Gestión de Carreras, los planes de recolocación reducen en un 58,5% el tiempo medio de búsqueda de empleo por cuenta ajena con respecto a la media nacional o lo que es lo mismo, una persona acogida a un programa de outplacement tarda de media 6,5 meses menos en volver a estar trabajando que un desempleado que no participe en ellos (que tarda de media 13,7 meses en encontrar empleo).

www.lhh.com

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

NACEX impulsa su RSC contra el COVID-19

Además de preocuparse por la salud en el trabajo, desde NACEX nos han explicado que, entre los numerosos ejemplos de apoyos solidarios y responsables, colaboran con la plataforma Empresas por la Movilidad Sostenible en su iniciativa para facilitar y mejorar las condiciones de trabajo de todos los profesionales durante el plan de desescalada. El objetivo de la misma es ofrecer información útil sobre todos los servicios disponibles en cada momento.

Por otro lado, NACEX colabora en la campaña #TodoSaldráBien mediante la rotulación de su flota. Así, más de 1.600 vehículos, en España y Portugal, están recorriendo las calles con este mensaje cargado de optimismo. El objetivo de esta acción es dar difusión a este mensaje de ánimo que ha llenado las ventanas de muchos hogares con dibujos hechos por los niños. De este modo, NACEX contribuye lanzando a la ciudadanía este mensaje de esperanza. Desde que se decretó el estado de alarma, el pasado 14 de marzo, ala compañía sigue prestando sus servicios de mensajería urgente, priorizando la entrega en centros hospitalarios, farmacias y domicilios particulares que lo precisan.

NACEX y sus franquicias no han dejado de lado su faceta más solidaria y han puesto su red logística a disposición de diversas causas solidarias. Así, desde que comenzó el estado de alarma, la firma está colaborando con diversas plataformas sin ánimo de lucro dedicadas a la producción de respiradores y protectores faciales con impresoras 3D, y con empresas que producen mascarillas y geles desinfectantes, para abastecer a centros hospitalarios, hospitales de campaña, residencias, guardia civil, etc.

www.nacex.es

LogSolutions
Consultoría logística

Consultoría logística, estratégica y operacional

Le ayudamos a encontrar la mejor solución para su empresa

Su empresa de confianza

Llámenos al +34 932 427 929

info@logsolutions.es

www.logsolutions.es

El envase de vidrio expone su sostenibilidad

Un estudio independiente encargado por Friends of Glass (plataforma europea de consumidores a favor del vidrio y su reciclado) y FEVE (Federación Europea de Fabricantes de Envases de Vidrio) llevado a cabo en varios países de la Unión Europea (España, Francia, Italia, Alemania, Polonia, Portugal, Austria, Croacia, Chequia y Eslovaquia) además de Reino Unido, Suiza y Turquía, revela que 1 de cada 2 consumidores ha incrementado, en los últimos tres años, su consumo de alimentos y bebidas en vidrio, destacando como motivo principal su mayor reciclabilidad con respecto a los otros materiales de envasado.

En este sentido, nos han contado que los resultados de la encuesta concluyen que la sensibilidad medioambiental influye cada vez más en las decisiones de compra de los consumidores a la hora de elegir sus productos envasados. Así, el 75% de los encuestados afirma estar preocupado por la contaminación del entorno generada por el abandono de envases en la naturaleza, señalando específicamente al plástico, de hecho, el 57% declara comprar menos productos en este material, cifra que aumenta hasta el 62% en el caso de España.

También, el cambio hacia el vidrio se aprecia especialmente en los segmentos del aceite (90%), las salsas (81%), la comida infantil (74%), las bebidas no alcohólicas (71%) y los productos lácteos (81%). Esta tendencia se aprecia también en la evolución de los resultados del estudio en comparación con años anteriores, donde se observa que aumenta el porcentaje de personas que recomiendan el vidrio como el mejor material de envasado, pasando del 82% en 2016 al 91% en 2019.

En el caso de España, el 73% señala al cambio climático como la principal preocupación a la hora de elegir el producto envasado y la consideración de que la fabricación del vidrio es menos dañina para el medioambiente supone otro motivo de peso para 1 de cada 3. Los consumidores están dando muestra de que el nivel de concienciación sobre el impacto medioambiental y la importancia del reciclaje ha crecido. El 54% de los españoles compra más productos en vidrio que hace tres años y el 83% asegura separar los envases de vidrio del resto de residuos en el hogar para reciclarlo.

Así, según explican, el papel que juegan los consumidores en el reciclado es clave, el vidrio es 100% reciclable infinitas veces, de un envase reciclado nace otro igual de reciclable, sin perder calidad ni cantidad, ahorrando energía y evitando emisiones. Gracias al gesto de los ciudadanos de depositar el vidrio usado en el contenedor verde, hacen posible que su ciclo infinito continúe.

Sin embargo, el estudio también revela las malas prácticas de los consumidores al reciclar: 4 de cada 10 deposita vasos en el contenedor verde, una práctica desacertada que afecta negativamente al proceso de reciclado. A este error se suma que un 25% introduce bombillas e incluso un 14% no separa las tapas de plástico, metal o corcho de sus envases de vidrio en el momento de su reciclado.

La industria europea del envase de vidrio trabaja paralelamente en dos ambiciosos proyectos: por un lado está la plataforma “Close the Glass Loop” para alcanzar el 90% de recogida de vidrio para su reciclado en 2030, muy por encima de la meta marcada por la Comisión Europea; y por otro, la creación del “Horno del Futuro”, el primer horno híbrido que funcione con un 80% de energía renovable, posibilitando la reducción de las emisiones de CO_2 de la industria en un 50%.

Este estudio independiente se llevó a cabo a finales de 2019 con la compañía de investigación de mercados InSites Consulting. Los consumidores encuestados tenían entre 25 y 65 años y procedían de 13 países de la Unión Europea y fueron reclutados a través de un panel de consumo online. En cuanto al género de los encuestados, un 75% eran mujeres y un 25% hombres. En total, participaron 10.605 europeos.

www.friendsofglass.com www.feve.org

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

Retrato del sector tecnológico en la pandemia

El barómetro de la Confederación Española de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica (CONETIC) sobre el impacto del COVID-19 en el sector tecnológico confirma que el 43,2 % de las empresas afirma que la crisis del coronavirus tendrá un impacto negativo en los resultados de la empresa y requiere de medidas que afectarán al negocio y al empleo.

Por el contrario, un 13,6% de las empresas encuestadas afirma que tendrá un impacto negativo en los resultados de la empresa, pero podrá ser asumido sin otras consecuencias, mientras que el 2,4% de las empresas afirma que tendrá un impacto positivo en los resultados de la empresa e incluso en el empleo.

39,5 % de las empresas estima una reducción de resultados entre un 10% y un 20%; un 18,5 % de las compañías prevé una caída de sus resultados entre un 20% y un 30%; y un 14,8% calcula una disminución entre un 30% y un 40%.

Casi la totalidad de empresas tecnológicas (un 96,3%) ha facilitado el teletrabajo y un 62,2% ha permitido la distribución flexible de la jornada. Sin embargo, una de cada tres (34,1%) ha puesto en marcha un ERTE y un 41,5% ha tenido que recurrir a financiación externa. No en vano, el 64,2% de las empresas encuestadas cree que habrá un aumento de la morosidad.

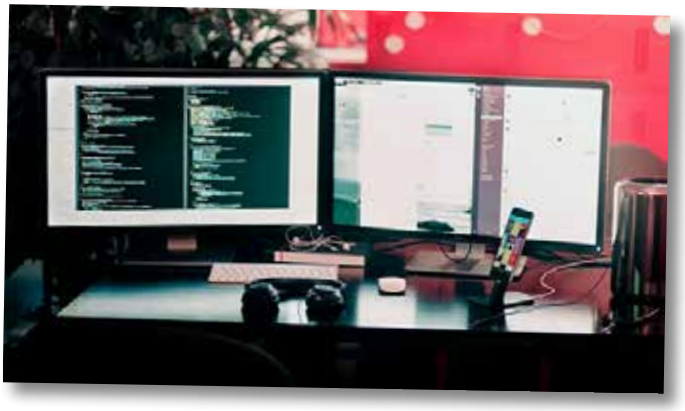
Al analizar los ERTE, un 50% se han aplicado por reducción de jornada y un 60% han sido de suspensión de contratos de trabajo. La principal razón alegada ha sido por fuerza mayor (un 65%), seguido de causas de producción (un 30%), causas económicas (un 12,5%) y causas técnicas (un 7,5%). En caso de acudir a un ERTE el 46,8 % de las empresas estima que afectará a entre el 10% y el 20% de la plantilla.

CONETIC lleva insistiendo desde hace dos años en la necesidad de poner en marcha este plan de digitalización, que las circunstancias excepcionales del COVID-19 hacen ahora incluso más necesario. Un plan que pasa por establecer grupos de trabajo en colaboración público-privada con la participación de empresas y agentes del sector que permitan hacer reuniones efectivas que ofrezcan soluciones eficaces a esta realidad. “Más allá de las medidas concretas para ayudar a las empresas afectadas por el COVID 19 desde el Gobierno se debería apostar por un verdadero plan de digitalización e innovación que inevitablemente pasa por poner en marcha políticas, programas y apoyos institucionales y educativos para fomentar la formación y capacitación tecnológica de empleados y nuevos candidatos para ayudar a las empresas a innovar y mejorar su productividad mediante la aplicación de la tecnología”, señala Tomás Castro, presidente de CONETIC.

La mayoría de empresas del sector tecnológico demandan más ayudas para la transformación digital de la pyme (incluyendo un plan de digitalización de la sociedad española) así como medidas específicas para startups y para las empresas con gran afectación en su negocio.

También demandaban una mayor seguridad jurídica respecto a los ERTEs; pruebas serológicas para saber quién ha pasado la enfermedad y quién no para activar la economía cuanto antes; la simplificación de trámites y la agilidad en las gestiones con la Administración; la condonación de Impuestos y la Seguridad Social por igual a todas las empresas y autónomos, incluido el IVA; la reducción importante de impuestos, como por ejemplo el de sociedades de 2019 para empresas que mantengan el empleo y que no se apliquen partidas presupuestarias destinadas a incentivar la actividad económica para cubrir el agujero de las prestaciones por desempleo.

Además, de las medidas y ayudas ya puestas en marcha por el Gobierno, el 62,2% de las empresas encuestadas afirma que la de mayor utilidad ha sido el incremento de las líneas ICO de financiación. Le siguen las suspensiones de plazos que afectan a temas fiscales (un 51,2%), la ampliación de los plazos fiscales que afectan a ingresos a la Administración (un 47,6%), el aplazamiento de deudas tributarias (un 43,9%) y las líneas de avales ICO (un 43,9%). También ha sido significativo (un 41,5%) las medidas que afectan a la contratación pública. Por el contrario, el permiso retribuido recuperable ha sido una de las medidas de menor utilidad para las empresas (un 6,1%).



www.conetic.info

Digitalización en el sector farmacéutico

¿Pueden la transformación digital, el big data, la inteligencia artificial, el internet de las cosas y la robótica ser la respuesta a algunos de los principales desafíos que afrontan las cadenas de suministro? ¿Cuán relevantes son estas tecnologías a corto, medio y largo plazo? Estas cuestiones han obtenido respuestas en un reciente estudio realizado por la firma Miebach Consulting que contó con la participación de 540 profesionales al sector farmacéutico de Europa, Oriente Medio, Asia-Pacífico, EE.UU.-Canadá y América Latina.

Ya en una edición anterior del estudio sobre gestión de la cadena de suministro en el sector farmacéutico de Miebach, llevada a cabo en el año 2016, identificó que los retos más importantes para el futuro eran la visibilidad de la cadena de suministro, la mejora de la precisión de la predicción, los requisitos de seguimiento y localización y la serialización. Ninguno de los participantes, en ese momento, destacó los desafíos digitales y los profundos cambios en esa área. No obstante, de acuerdo con los resultados de la edición del 2020, el tema de la disrupción digital ha resultado ser el centro de atención de los profesionales de la cadena de suministro del sector farmacéutico.

Según explican desde la firma de consultoría, aproximadamente el 60% de los participantes considera que la digitalización es una prioridad de la dirección de las empresas, y el 80% espera obtener los beneficios de las iniciativas digitales en los próximos cinco años.

También, las medidas a corto plazo más importantes mencionadas más frecuentemente en el estudio son: la colaboración con los socios de la cadena de suministro, el big data/ aprendizaje automático, la robótica y la automatización.

Pero los principales retos de la cadena de suministro de la industria farmacéutica no sólo están impulsados por los avances de la digitalización. La presión para reducir costes es cada vez mayor y los participantes en el estudio la identifican como el reto más importante. El resto de elementos clave no han cambiado mucho. Así, la visibilidad de extremo a extremo de la cadena de suministro, la mejora de la precisión de las previsiones y la optimización de la red de distribución siguen destacando en este análisis.

Sin embargo, otros temas han perdido relevancia en los últimos años, principalmente debido a la aplicación satisfactoria de las medidas de seguimiento y localización y a las de protección contra la falsificación de medicamentos, especialmente mediante la aplicación de requisitos de serialización.

Las nuevas tecnologías tienen una gran influencia en el proceso de transformación de las cadenas de suministro. Las empresas farmacéuticas y del sector salud esperan implementar las siguientes tecnologías a corto plazo: monitorización de procesos en tiempo real, sistema de ejecución de fabricación (MES), robótica y automatización, mantenimiento predictivo, big data. No obstante, muchas empresas todavía carecen de las herramientas de fácil uso y de apoyo de gestión total para explotar plenamente el potencial de estas tecnologías.

Según Martin Eckert, director de la división global de farmacia de Miebach Consulting, "*la visibilidad de la cadena de suministro end-to-end es vista por todos como el objetivo final de una cadena de suministro madura y eficiente. La transformación digital ciertamente ayudará en este sentido, pero primero todas las partes involucradas tienen que estar completamente integradas. La trazabilidad de los componentes y productos desde el fabricante hasta el destino es probablemente uno de los resultados más deseados de la transformación digital*".

www.miebach.com

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

El sector de automoción se reinventa

Según explican desde TÜV SÜD, para recuperar el ritmo del sector de automoción después de más de un mes paralizados, tanto las plantas de producción como los concesionarios y los talleres de reparación han empezado a diseñar protocolos de actuación para volver a la "normalidad" con todas las garantías de seguridad y protección tanto para empleados como para clientes.

Según Salvador López, director de Desarrollo de Negocio de la división de automoción de TÜV SÜD en España y Portugal, *"cada sector tendrá que adaptar su protocolo de actuación frente al COVID-19 teniendo en cuenta las particularidades de sus procesos. Es indudable que la vuelta a la actividad tal y como la conocíamos será complicada ante las nuevas necesidades de distanciamiento social"*. A este respecto, añade, "l*os fabricantes de vehículos ya han empezado a aplicar turnos de trabajo en las plantas de producción que incluyen paradas destinadas al saneamiento y desinfección de las instalaciones físicas, así como de la maquinaria o utillaje que utilizan sus operarios.* Lo mismo sucederá en el caso de los concesionarios, afectando al proceso de venta en las exposiciones, en aspectos tales como las pruebas dinámicas (el asesor ya no podrá sentarse a la derecha cliente), el recorrido alrededor del vehículo (deberá garantizar distancia física), o la configuración de la oferta en mesa con el asesor". A efectos del mantenimiento de los vehículos, el proceso también ha cambiado. *"Dentro del taller, más allá de las medidas de higiene habituales como son el cubrevolante y el cubreasiento, no se contemplaban medidas adicionales. Ahora tendremos que aplicar técnicas de desinfección que garanticen que el vehículo está libre de virus o bacterias, debiendo hacerlo tanto a la recepción como a la entrega del vehículo. Todo esto traerá consigo una lógica ralentización de los procesos reduciendo capacidad productiva, pero a su vez también ofrecerá más seguridad y protección tanto al cliente, como al empleado del concesionario"*, explica López.

Detrás del problema hay oportunidades y en este caso, asegura, *"las medidas adicionales de higiene que ha traído consigo el COVID-19 ayudarán a garantizar la seguridad del servicio e incrementarán el grado de satisfacción del cliente. Aunque algunas medidas desaparecerán con el paso del tiempo, otras han llegado para quedarse como, por ejemplo, la mencionada desinfección de los vehículos mediante la utilización de ozono, técnica no muy extendida hasta el momento. Además, también asistiremos a un nuevo cambio en las tendencias. Los transportes colectivos o la utilización de coches compartidos pueden empezar a perder fuerza, en favor de la recuperación del uso de vehículos propios, bien sea por miedo, o como medida de precaución de los conductores"*.

Para recuperar la confianza y la actividad de estos servicios, desde TÜV SÜD *"hemos definido un protocolo de actuación frente al coronavirus que garantice que están libres de contagio o, al menos, que proporcionen las medidas necesarias para evitarlo. Todo ello definiría un escenario covid-free"*. Además, para garantizar la seguridad de las personas, *"planteamos una serie de medidas que incluye a empleados y clientes, bien sean de exposición o de un taller, ya que necesitan comprobar que se han tomado las medidas necesarias para proteger y mantener su seguridad, así como garantizar la sostenibilidad de las medidas en el tiempo. Desde los equipos de protección individual y la señalización de las distancias en todos los espacios de trabajo, hasta un protocolo para el seguimiento de la salud de los empleados con varios controles de temperatura o detección de síntomas. Además, recomendamos la designación de un responsable para la revisión y el cumplimiento de estas medidas, el establecimiento de protocolos ante casos sospechosos o positivos y las medidas para actuar ante los objetos que entren en el concesionario como, por ejemplo, los recambios, el vehículo del cliente, las llaves, etc."*

En cuanto a la seguridad de los procesos, *"creemos que hay que revisar todos aquellos susceptibles de contagio o transmisión, por ejemplo, la argumentación alrededor del vehículo, las pruebas dinámicas, la configuración de la oferta en la mesa de atención al cliente o el intercambio de documentos"*, expone el experto. Además, para las tareas de mantenimiento que se llevan a cabo en el taller, *"habrá que estudiar la entrega y devolución del vehículo o la manipulación dentro del propio espacio. Por ejemplo, contemplamos la ubicación de mamparas, nuevos turnos de trabajo, protocolos para la manipulación e intercambio de objetos, así como el proceso, periodicidad y limpieza de máquinas y herramientas y el modo de desinfección de las áreas comunes"*. Por último, en TÜV SÜD, *"también creemos importante reforzar la seguridad de las medidas de higiene incorporando las técnicas y los productos más efectivos sin atentar contra la salud. A este respecto, proponemos verificar los productos a utilizar y su salubridad para la salud personal, así como los contratos con proveedores debidamente habilitados o la adecuación al uso y el cumplimiento de la legalidad de los EPIs"*

www.tuv-sud.es

Codificación y marcaje para la fábrica sostenible

DOMINO

Andy Barrett, de Domino Printing Sciences, explica cómo una solución automatizada de codificación y marcaje puede ayudar reducir residuos y mejorar la producción

Para muchas empresas, el hecho de que figure información correcta en el envase de un producto es fundamental para proteger y promover la imagen de su marca. La codificación y el marcaje, que abarcan elementos desde los códigos QR de trazabilidad hasta las fechas de caducidad, proporcionan a los productos información esencial para los consumidores y permiten a los fabricantes y minoristas seguir cumpliendo las normativas. Por ello, aunque los residuos de la cadena de suministro adoptan muchas formas diferentes, las configuraciones de la última etapa que permiten los sistemas de codificación y marcaje pueden generar un coste elevado de los residuos relacionados.

Inevitablemente, las estaciones manuales de codificación y marcaje provocan errores; incluso los operarios con una precisión de escritura del 99,7 % suelen cometer un error cada 300 caracteres. En consecuencia, las retiradas de productos se vuelven necesarias; los órganos reguladores —como la FDA— podrían imponer multas; y los minoristas incluso pueden cancelar acuerdos y contratos por una información incorrecta en las etiquetas, por no mencionar los residuos de productos que han de descartarse y reelaborarse.

Los fabricantes, por medio de la automatización de su proceso de codificación y marcaje, pueden reducir las interrupciones, los tiempos de espera, los residuos generales de materiales y la sobreproducción. En la práctica, los productos pueden codificarse directamente con datos y programas de trabajo desde un sistema ERP, con lo que también se suprime la gestión de los procesos y documentos relacionados, otra fuente más de residuos. Además, si se automatizan los cambios de trabajo, se garantiza la eliminación de tiempo de inactividad.

Al suprimir del proceso la interacción directa del personal, no serán necesarias inspecciones en las estaciones de codificación después de cada trabajo para constatar la corrección de los datos. Los sistemas de visión añaden un elemento de validación adicional al proceso, con lo que se garantiza que cada código se imprima en el lugar adecuado del producto. La automatización de la codificación con un sistema de visión integrado no solo permite la inspección de todas las impresiones de la línea a fin de verificar la coherencia y la integridad en tiempo real, sino también la parada inmediata de la línea si se detecta un problema.

En una sociedad en la que los consumidores cada vez más buscan en las marcas una mayor personalización. Ésta no solo se traduce en menores tiradas en la línea de producción, sino que también conlleva más cambios, lo cual incrementa la posible pérdida de tiempo y requiere la presencia de más trabajadores en la planta de producción. Las campañas y los productos sumamente personalizados a menudo generan muy pocos márgenes de beneficios; por consiguiente, los fabricantes no pueden arriesgarse a depender de los procesos manuales. En este sentido, un sistema automatizado de codificación y marcaje hace posible una gestión eficiente de este proceso de principio a fin. La automatización de la codificación permite a los minoristas cumplir de los consumidores, al tiempo que garantiza una reducción de los errores y ofrece la calidad y la fiabilidad que esperan los minoristas.

Así, las organizaciones deben conocer el tiempo de inactividad, los residuos y restos que generan, y han de identificar los puntos exactos dentro de la cadena de suministro donde pueda aplicarse efectivamente un enfoque sostenible. Abrdando estos temas los fabricantes conseguiran no solo a eliminar productos ineficientes, sino también ahorrar tiempo y dinero. Además, la reducción de las ineficiencias en las líneas de producción propiciará que los fabricantes elaboren productos de mayor calidad de manera constante, lo que ayudará a fortalecer las relaciones existentes con los minoristas, así como a desplegar el potencial para fabricar más productos.

www.domino-printing.com

mercadoindustrial.es
punto de encuentro de la industria

El sector de alimentación demanda soluciones de etiquetado

Según explican desde Toshiba Tec, el crecimiento de la producción y la distribución de productos de alimentación, en especial de productos frescos, así como el notable incremento de la venta online, que prácticamente se ha triplicado, a consecuencia de la crisis sanitaria COVID-19, ha provocado que la demanda de sistemas de impresión de etiquetas haya aumentado un 20% durante el último mes, comparado con el mismo período del año anterior.

Según un análisis de la filial española de Toshiba Tec, esta demanda ha sido particularmente significativa en el caso de las cooperativas agrícolas, debido al crecimiento del consumo de frutas y hortalizas. En concreto, según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), su consumo ha crecido un 23,1% y un 31,2%, respectivamente.

Precisamente para afrontar esta situación, Toshiba ha desarrollado una solución integral de etiquetado para el sector agrario que incluye soluciones de software y distintos tipos de dispositivos de impresión -industriales, de gama media, de sobremesa y portátiles-, para así adaptarse a distintas aplicaciones, diferentes entornos y capacidades de inversión. Esta soluciçon puede aplicarse en todos los procesos de la actividad agrícola, desde el control y mantenimiento de los cultivos en el campo y la trazabilidad de los productos cosechados, hasta la identificación de las muestras en el laboratorio, el cumplimiento de la normativa de comercialización y la personalización de los envíos, en el caso del comercio electrónico.

www.toshibatec-tsis.com

El coronavirus transforma el mercado laboral

El comparador Acierto.com ha realizado estudio de los cambios en el mercado laboral que se imponen como consecuencia de la desescalada tras el impacto inicial de la pandemia Covid-19

Así, los datos que maneja la entidad apuntan a que el teletrabajo –que, además, se alargará hasta junio– se ha convertido en una realidad. Una quimera que el coronavirus ha hecho posible y que parte de unos porcentajes que nos situaban a la cola de Europa, donde el 17% de los empleados trabajan a distancia. En el caso de España, apenas un 7% lo hacía. El coronavirus sin embargo, ha elevado el porcentaje hasta el 88% y ha obligado a las empresas nacionales a replantearse sus políticas. Teniendo en cuenta que casi 7 de cada 10 empleados quiere teletrabajar, podemos hablar de un deseo hecho realidad. O al menos hasta junio.

El ahorro en desplazamientos, la mejora de la conciliación laboral y familiar, la mayor autonomía del empleado y la caída de los accidentes laborales son algunas de sus ventajas clave. No obstante, trabajar en casa también ha dado lugar a ciertos problemas en algunos trabajadores, como las dificultades para desconectar, así como el incremento de los ataques cibernéticos.

Por desgracia, el coronavirus también ha frenado la economía española y ha situado la tasa de paro en nuestro país por encima del 14,41% (datos del primer trimestre, que cierra con 3.313.000 parados). En concreto se han perdido hasta 285.600 puestos de trabajo entre enero y marzo, las peores cifras desde 2013. Además, También han bajado las horas trabajadas un 4,25% respecto del trimestre anterior. Los expertos apuntan, asimismo, que la tasa de paro real se situaría entre el 35% y el 45% si incluimos a los afectados por ERTES y a los autónomos. Los sectores más afectados por la crisis del coronavirus han sido, sobre todo, los negocios pequeños y aquellos que pertenecen al sector servicios. El comercio, transporte y hostelería, que se desploman un 10,9%. Los únicos sectores que se mantienen son el de los seguros y las actividades financieras, que han crecido un 1%. En consecuencia, el consumo también se ha frenado.

www.acierto.com

Vender online o morir: consultorías a distancia

LogSolutions
Consultoría logística

Josep Lluís Díaz de Escalada, CEO de LogSolutions, explica cómo la consultoría logística puede superar online la crisis por Covid-19

Leemos diariamente que la venta por internet de alimentación, ferretería u otros elementos de primera necesidad está experimentando un boom desde que empezó el confinamiento. Aunque hablar de la evolución al mercado digital no implica olvidar medidas de seguridad para protegernos de contagios. Para que el cliente pueda comprar online, en muchos casos es necesario personal que esté en contacto con el producto, repartidores que lo lleven a casa y transportistas que muevan toda la compra por España o el mundo. Incluso los consultores logísticos replanteamos nuestra forma de asesorar y pasamos a hacerlo a distancia.

Habrá comercios pequeños a los que les costará implicarse en una transformación digital, empresarios o autónomos a los que la era de internet les suena a chino, y si no tienen un soporte o ayuda adecuados, probablemente cerrarán. Pero para los que sí se atreven, el mundo está abierto a un cambio, y es muy conveniente que las empresas pasen a formar parte de ese nuevo mundo y esos nuevos métodos de consumo.

Ya he hablado en varias ocasiones de la Realidad Virtual, la Realidad Aumentada o la Inteligencia Artificial, y aunque estaban evolucionando de forma rápida, ahora les toca avanzar con pasos aún más agigantados para dar respuesta a las necesidades de cada sector. Por ejemplo, las ópticas suelen vender más en espacios físicos porque el cliente puede probarse las gafas en persona y además mirar su graduación, pero vamos hacia un escenario en el que la Realidad Virtual puede hacer que veas cómo te quedarán esas gafas sin necesidad de ir en persona.

Así, las ventas online pueden aumentar si aplicamos todas las tecnologías disponibles para hacer que el cliente esté seguro de su compra y, por lo tanto, consuma. Y lo mismo con restaurantes y bares, el servicio a domicilio puede convertir a muchos camareros en ayudantes de cocina o en repartidores. Reactivar la economía es cosa de todos, y aunque se han perdido y se pueden perder muchos empleos en los siguientes días, existen fórmulas para paliar este descenso de ventas (aunque este tipo de medidas no son mi competencia).

Y como comentaba, la consultoría logística también se transforma y se digitaliza. Las visitas en persona son clave para poder asesorar convenientemente a un cliente y mejorar su almacén o su proceso logístico. Pero actualmente no podemos movernos y es recomendable minimizar el contacto entre personas, por lo que reinventarse es parte de nuestro día a día. Gracias a todo el conocimiento que tenemos los profesionales con varios años de experiencia, podemos aplicar nuestros servicios aunque sea de forma online. La consultoría remota implica un coste menor a la presencial, aunque el resultado final es 100% profesional igual en cualquiera de los dos casos.

Una primera reunión con el responsable de logística seguida de la presentación de la operativa diaria nos ayuda mucho a los consultores logísticos a detectar esos primeros detalles que se pueden pulir si antes se han establecido una serie de objetivos entre cliente y consultor. Y, como en un proceso presencial, se hace la presentación de alternativas de optimización así como un estudio de costes, flujos logísticos, layouts generales, planificación de tareas, etc.

Así es como los consultores logísticos podemos dar soluciones en una etapa difícil y de forma remota y online en un plazo de como máximo dos semanas. La efectividad y rapidez son claves puesto que muchos negocios (ya sean pequeños, medianos o grandes) pueden sufrir un aumento de ventas descomunal en poco tiempo, y quizá no estén preparados para la cantidad de pedidos que deben gestionar, enviar y facturar estos días.

Y de ahí el título de este artículo: vender online o morir, trabajes en el sector que trabajes.

www.logsolutions.es

SILBARCELONA
expo & congress
//B2B

15-17 Septiembre 2020

FERIA LÍDER DE LOGÍSTICA, TRANSPORTE, INTRALOGÍSTICA Y SUPPLY CHAIN DEL SUR DE EUROPA

Organizado por:

ZF CONSORCI barcelona ZONA FRANCA

www.silbcn.com · sil@zfbarcelona.es · +34 93 263 81 50

Estamos creando una red

www.mercadoindustrial.es

www.corempresa.com

www.talentoynegocio.com

Suscríbete y participa en tus publicaciones online

Entra en www.mibizpress.com